

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER*
BEHAVIORAL INTENTION MELALUI *EMOTIONAL*
SATISFACTION PADA PASIEN RAWAT JALAN
PENGGUNA BPJS DI RSUD DR.SOETOMO
SURABAYA**



OLEH:
FICO ALDRIN ABRAHAM
3103016090

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER
BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *EMOTIONAL
SATISFACTION* PADA PASIEN RAWAT JALAN
PENGGUNA BPJS DI RSUD DR.SOETOMO
SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
FICO ALDRIN ABRAHAM
3103016090

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER
BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *EMOTIONAL
SATISFACTION* PADA PASIEN RAWAT JALAN
PENGGUNA BPJS DI RSUD DR.SOETOMO
SURABAYA**

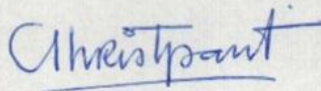
Oleh:

FICO ALDRIN ABRAHAM

3103016090

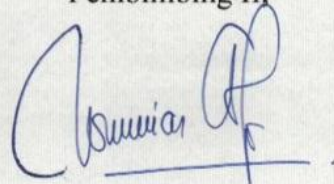
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., MM., CPM(AP)
NIDN. 0722076501
Tanggal: 10.12.2019

Pembimbing II,

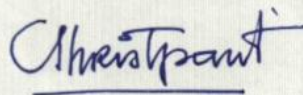


Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM.
NIDN. 0703088602
Tanggal: 11/12/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Fico Aldrin Abraham NRP: 3103016090
telah diuji pada tanggal 16 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr.Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)
NIDN: 0722076501

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicius Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE. M.Sc.
NIDN: 0703087902

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

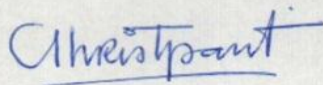
**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER
BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *EMOTIONAL
SATISFACTION* PADA PASIEN RAWAT JALAN
PENGGUNA BPJS DI RSUD DR.SOETOMO
SURABAYA**

Oleh:

FICO ALDRIN ABRAHAM
3103016090

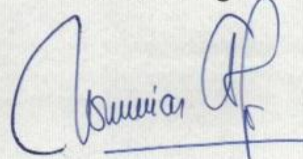
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., MM., CPM(AP)
NIDN. 0722076501
Tanggal: 10.12.2019

Pembimbing II,



Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM.
NIDN. 0703088602
Tanggal: 11/12/2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Perceived Service Quality* dan *Corporate Image* terhadap *Customer Behavioral Intention* melalui *Emotional Satisfaction* pada Pasien Rawat Jalan Pengguna BPJS di RSUD Dr. Soetomo Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik
4. Ibu Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik
5. Ibu Dr. Fenika Wulani, M.Si selaku koordinator Pusat Lab Riset Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Papa, Mama dan segenap keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Teman-teman dari Lab Riset Fakultas Bisnis yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama masa pengerjaan skripsi
9. Teman-teman dari Kesuma Fakultas Binsis yang telah memberikan semangat selama proses perkuliahan berlangsung
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukan

Surabaya,
Penulis,

Fico Aldrin Abraham

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Perceived Service Quality</i>	8
2.1.2 <i>Corporate Image</i>	10
2.1.3 <i>Emotional Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Customer Behavioral Intention</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	16
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Service Quality</i> Terhadap <i>Emotional Satisfaction</i>	16
2.3.2 Pengaruh <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>Emotional Satisfaction</i>	17
2.3.3 Pengaruh <i>Emotional Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i>	17
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i> melalui <i>Emotional Satisfaction</i>	18
2.3.5 Pengaruh <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i> melalui <i>Emotional Satisfaction</i>	18
2.4 Model Penelitian	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	20

3.2.1	Identifikasi Variabel	20
3.2.2	Definisi Operasional.....	20
3.2.3	Pengukuran Variabel	23
3.3	Jenis dan Sumber Data	24
3.4	Metode Pengumpulan Data	24
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.6	Analisis Data	25
3.6.1	Uji Normalitas Data	25
3.6.2	Uji Validitas	26
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	26
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	27
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural	27
3.6.6	Uji Hipotesis.....	28

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden Penelitian	29
4.2	Deskripsi Data.....	31
4.3	Hasil Analisis Data	37
4.4	Pembahasan.....	42

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	48
5.2	Keterbatasan.....	49
5.3	Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Rumah Sakit Seluruh Indonesia	2
Tabel 1.2 Pertumbuhan RS Pemerintah dan Swasta	3
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1 <i>Godness of Fit</i>	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pasien Pengguna BPJS	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berobat	30
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Skor	31
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Service Quality</i>	31
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Corporate Image</i>	34
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Emotional Satisfaction</i>	34
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i>	35
Tabel 4.10 Tabel <i>Univariate Normality</i>	35
Tabel 4.11 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	37
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.14 Hasil Kecocokan Keseluruhan Model	39
Tabel 4.15 Uji Hipotesis	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Antrean pasien rawat jalan RSUD Dr.Soetomo Surabaya	1
Gambar 2.1. Model Penelitian	19
Gambar 4.1. Persamaan Struktural.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3A. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Perceived Service Quality*
- Lampiran 3B. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Corporate Image*
- Lampiran 3C. Jawaban Responden Mengenai *Emotional Satisfaction*
- Lampiran 3D. Jawaban Responden Mengenai *Customer Behavioral Intention*
- Lampiran 4. Tabel Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7A. Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 7B. Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 7C. Path Diagram *Estimates*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *perceived service quality* dan *corporate image* terhadap *customer behavioral intention* melalui *emotional satisfaction* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr. Soetomo Surabaya. Peningkatan persaingan pada industri pelayanan di rumah sakit dan peningkatan volume pasien pengguna BPJS menjadi dasar pengambilan judul tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr. Soetomo. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* dengan menggunakan program LISREL. Hasil

Penelitian ini membuktikan bahwa *perceived service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional satisfaction*, *corporate image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional satisfaction*, *emotional satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention*, *perceived service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention* melalui *emotional satisfaction*, *corporate image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention* melalui *emotional satisfaction*.

Saran praktis bagi variabel *perceived service quality* yaitu meningkatkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki tenaga medis serta para staf penunjang pelayanan pada RSUD Dr. Soetomo. Bagi variabel *corporate image* yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas sehingga citra perusahaan tetap baik atau dapat dipercaya. Bagi variabel *emotional satisfaction* yaitu peningkatan fasilitas pada rumah sakit dan peningkatan pelayanan yang diberikan oleh petugas RSUD Dr. Soetomo. Sedangkan untuk saran akademis agar para peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan *customer behavioral intention* serta dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

Kata Kunci: *Perceived Service Quality, Corporate Image, Emotional Satisfaction, Customer Behavioral Intention*

**THE EFFECT OF PERCEIVED SERVICE QUALITY AND CORPORATE
IMAGE ON CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION THROUGH
EMOTIONAL SATISFACTION TO WAK IN PATIENTS OF
BPJS USERS IN RSUD Dr. SOETOMO SURABAYA**

ABSTRAK

This study aims to examine the effect of perceived service quality and corporate image on customer behavioral intentions through emotional satisfaction to walk in patients of BPJS users in RSUD Dr. Soetomo Surabaya. The Increasing competition on hospitals service industry and the increasing of volume patients using BPJS are the main idea for taking the research title, the sampling technique used is non-non probability sampling with purposive sampling. The sample used is 150 respondents, BPJS patients users in Dr. Soetomo Regional Hospital. The data collection tools used were questionnaires. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling using the LISREL program.

The results of this study proves that the perceived service quality has a positive and significant effect on emotional satisfaction, corporate image has a positive and significant effect on emotional satisfaction, emotional satisfaction has a positive and significant effect on customer behavior intentions, the perceived service quality has a positive and significant effect on customer behavioral intentions through emotional satisfaction, corporate image has a positive and significant influence on customer behavioral intentions through emotional satisfaction.

Practical advice for perceived service quality variables is to increase the knowledge and experience of medical staff and service support staff at RSUD Dr. Soetomo. For corporate image variables, improving image and maintaining quality will maintain the company's image remains good or still be trusted. For the variable emotional satisfaction, improving facilities in hospitals and improving services provided. While for academic advice, the researchers suggest to consider other variables related to customer behavioral intentions for obtain better results.

Keywords : *Perceived Service Quality, Corporate Image, Emotional Satisfaction, Customer Behavioral Intention*